

Estándar de competencias profesionales

Planificar iniciativas y actividades empresariales en pequeños negocios o microempresas

Familia Profesional	Administración y Gestión
Nivel	3
Código	ECP1788_3
Estado	BOE
Publicación	RD 1021/2024

Competencia profesional

Elementos de la competencia

EC1 Programar las actividades a emprender, identificando y valorando oportunidades de negocio, en función de las propias capacidades emprendedoras y de la información del entorno obtenida de las fuentes de información y detectando sus riesgos y oportunidades, a fin de prever la viabilidad del pequeño negocio o microempresa.

IC1.1 La información sobre las alternativas de negocio (el sector de actividad y su evolución, información comercial, técnica, sinergias con otros negocios, normativa, barreras de entrada, entre otras) se recoge, manejando buscadores de información en línea y otras fuentes secundarias (datos publicados, informes, redes sociales: análisis de etiquetas (“Hashtags”), vigilancia de negocios similares, seguimiento de personas influyentes (“influencers”), entre otras) o primarias (recogida directa a través de encuestas o entrevistas, entre otras).

IC1.2 El análisis de la información de la oferta del mercado (proveedores y empresas que concurren en el mercado) se configura, analizando los datos recogidos y valorando sus particularidades (precios, plazos de entrega, calidades, condiciones de pago, pedidos mínimos, gastos de transporte, entre otras).

IC1.3 El análisis del perfil de la clientela (características personales, hábitos de compra, nivel de renta, entre otros) se confecciona, aplicando técnicas de segmentación que permitan su caracterización y manejando los medios y fuentes de información (observación directa, encuestas realizadas, publicaciones, informes, webs, redes sociales, entre otros),

diversificando la clientela en función de su personalidad jurídica (personas físicas, empresas, ONGs, Administraciones Públicas, entre otras).

IC1.4 El análisis del entorno se ejecuta, identificando las necesidades no cubiertas, actividades innovadoras, nuevos nichos de mercado y otras oportunidades empresariales, manejando instrumentos de observación sistematizada o en base a la propia experiencia en el sector o actividad.

IC1.5 Las posibilidades de negocio se comparan, analizando las ventajas competitivas y el valor añadido de cada una de ellas, jerarquizando las opciones e identificando los factores críticos de éxito y de fracaso en función de la información recogida y los análisis realizados tales como el análisis Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO).

IC1.6 La dimensión del pequeño negocio (volumen de negocio esperado, cuota de mercado objetivo, ámbito geográfico y segmento de población) se proyecta, a partir de la información analizada, de las expectativas de crecimiento y del momento de la vida del producto/servicio.

IC1.7 La normativa y trámites específicos relacionados con el sector de actividad empresarial se recaban, solicitando la información y aclaraciones sobre su interpretación y ejecución a las administraciones públicas, consultando servicios de asesoramiento externo (asociaciones empresariales, gestores, asesores, cámaras de comercio, entre otros) y fuentes de información (webs especializadas, manuales, revistas, entre otras).

IC1.8 La evaluación del perfil emprendedor se practica, relacionándola con las posibles ideas de negocio y manejando los medios y recursos informativos y de orientación (portales, guías y herramientas de emprendedores, servicios de orientación públicos y privados, entre otros), planificando las líneas de actuación ante debilidades y carencias detectadas (acciones formativas, asesoramiento externo, búsqueda de información especializada, entre otras), priorizándolas en función de factores como el coste, la duración y amplitud de dichas acciones, entre otros.

EC2 Planificar la estrategia de marketing del pequeño negocio o microempresa, definiendo las variables de “marketing-mix” para su posicionamiento en el mercado.

IC2.1 La identidad o imagen corporativa del pequeño negocio se define, determinando el logotipo (icono, paleta de colores, organización visual, entre otros) y sus elementos de soporte (tarjetas de presentación, vestimenta, documentación comercial, diseño web, sede comercial, entre otros), en función del presupuesto asignado, de la idea de negocio a emprender, el segmento de mercado y las características del producto y/o servicio a ofertar.

IC2.2 Los productos y/o servicios a ofertar se disponen, delimitando las características de las líneas de negocio (profundidad y amplitud), detallando sus atributos comerciales y técnicos (diseño, calidades, tamaños, composición, entre otros), sus características emocionales, adaptándolo a las nuevas necesidades y exigencias del mercado y diferenciándolos de la competencia.

- IC2.3** La política de precios de los productos y/o servicios se fijan, analizando la información comercial y teniendo en cuenta los costes, los precios de la competencia, el margen de beneficio, el ciclo de vida del producto y la tendencia del mercado y revisándolos con una periodicidad programada.
- IC2.4** Las acciones estratégicas de comunicación (publicidad, campañas de promoción, acciones de comercialización (“merchandising”), redes sociales, entre otras) se planifican, analizando las variables aplicables (coste, repercusión, perfil del cliente, momento de la vida del producto/servicio, entre otras), sopesando la necesidad de un servicio profesional de gestión de redes sociales (“community manager”).
- IC2.5** Los canales de distribución del producto y/o servicio (venta directa, “vending”, “Internet”, comercio electrónico, entre otros) se fijan, en función de las características del producto y/o servicio, del coste de distribución, tipos de intermediarios, optimización de tiempo, costes de cada uno y las características de los clientes potenciales.
- IC2.6** Las estrategias de fidelización de la clientela se define, teniendo en cuenta características de la clientela real (edad, ubicación, entre otras), sus intereses, nivel de satisfacción, frecuencia de compra, lealtad hacia la marca, entre otros y las circunstancias del mercado, revisándolas con una periodicidad programada.
- IC2.7** Las medidas de ajuste de la estrategia de marketing se adoptan, a partir del seguimiento de los indicadores de control, manejando herramientas como el cuadro de mandos integral, y de las desviaciones o ineficiencias detectadas en el desarrollo de la actividad.
- EC3** Planificar la organización de la actividad empresarial, identificando las necesidades, determinando los recursos y estableciendo los mecanismos de control para lograr un eficiente y permanente funcionamiento del pequeño negocio o microempresa.
- IC3.1** Los procesos (internos y externos) del pequeño negocio se definen, identificando los subprocesos, y/o tareas que intervienen de acuerdo con la dimensión estimada y las características de la actividad a desarrollar.
- IC3.2** Los recursos humanos, así como los perfiles profesionales y personales, se conforman a partir de los procesos productivos, analizando su coste, recursos financieros, entre otros, asignando las funciones, responsabilidad, y tareas a los puestos de trabajo, a partir de los perfiles exigidos y conforme a criterios de optimización (coste, horarios, entre otros).
- IC3.3** La cantidad y calidad de los recursos materiales y tecnológicos se disponen, a partir de los procesos definidos y teniendo en cuenta su coste y su incidencia en el objetivo planteado.
- IC3.4** La ubicación del negocio (física y/o telemática) y su distribución se constituyen, en función de factores como las características del sector, ubicación de la competencia, tipo de producto y/o servicio a ofrecer, accesibilidad de los clientes, costes a asumir, proximidad de fuentes de aprovisionamiento, infraestructuras útiles, entre otros, seleccionando el local o

instalaciones, considerando las alternativas (ubicación, dimensiones, costes, entre otras) y comparando las ventajas, inconvenientes, costes de cada una de ellas y del tipo de productos que se van a comercializar y/o fabricar o de los servicios que se van a prestar y los requisitos técnicos exigidos en la normativa aplicable.

IC3.5 La modalidad de adquisición de los recursos materiales y tecnológicos se organiza, en función de las opciones aplicables (compra de primera o segunda mano, arrendamiento, “leasing” u otros), de la capacidad financiera del pequeño negocio y atendiendo a criterios de selección tales como precio, calidad, transporte, plazo de entrega, servicios añadidos.

IC3.6 La externalización de procesos, fases, actividades y servicios (gestoría, consultoría, entre otros) se contrata, en función del grado de dificultad de las tareas a ejecutar, del volumen de negocio y del coste a asumir, el número y cualificación del personal, entre otros.

IC3.7 La forma jurídica seleccionada para el negocio se constituye, comparando las características de cada una de ellas en función de la información obtenida, la estrategia y características del negocio, documentando dicha información, en el plan jurídico formal.

IC3.8 El seguimiento de la actividad se planifica, identificando las áreas críticas a controlar, los indicadores de control, las personas responsables, manejando herramientas tales como el cuadro de mandos integral, detectando desviaciones o ineficacias en el desarrollo de la actividad y adoptando las medidas de ajuste de la planificación de la organización.

EC4 Confeccionar los estados financieros previsionales cuantificando los recursos y costes de la actividad del pequeño negocio o microempresa, manejando hojas de cálculo y aplicaciones ofimáticas específicas, con objeto de elaborar el plan económico financiero.

IC4.1 Los elementos con significación económica (previsión de venta, coste de los recursos, entre otros) identificados en el análisis del entorno y la estrategia de marketing y organizativa, se cuantifican mediante la expresión de su valor monetario, utilizando hojas de cálculo o aplicaciones de gestión que permitan su posterior análisis.

IC4.2 El presupuesto de inversiones se confecciona, valorando los activos fijos (maquinaria, instalaciones, mobiliario, vehículos, entre otros) para comenzar el desarrollo de la actividad y conforme a la política de amortizaciones de dichos activos.

IC4.3 El presupuesto de operaciones se elabora, calculando las ventas previstas, los costes de personal, aprovisionamiento, de producción, suministros (energía, agua, residuos, entre otros) y otros gastos generales.

IC4.4 El presupuesto financiero se elabora, teniendo en cuenta las necesidades de financiación del negocio, las características y condiciones de los recursos propios y ajenos, cuantificando el coste financiero anual de las modalidades de financiación.

IC4.5 La información sobre subvenciones y/o ayudas públicas o privadas se revisa, identificándolas y seleccionándolas en función de los requisitos exigidos (destinatario, finalidad de los fondos,

justificación, plazos, compromisos, entre otros) y de las necesidades financieras del pequeño negocio.

IC4.6 Los estados económico-financieros previsionales (balance, cuenta de resultados, estado de tesorería, entre otros) se elaboran, en función de los presupuestos confeccionados y conforme a los escenarios económicos (pesimista, neutro y optimista).

EC5 Gestionar la evaluación de la viabilidad económica y financiera de la actividad de forma programada, a partir de la información de los estados financieros (previsionales y reales), manejando aplicaciones ofimáticas específicas, a fin de garantizar la rentabilidad y supervivencia de pequeños negocios.

IC5.1 El análisis de los documentos económico-financieros previsionales y reales elaborados se verifican de manera programada, manejando los indicadores estipulados (ratios de solvencia, liquidez, rentabilidad, rotación, entre otros).

IC5.2 El punto muerto o umbral de rentabilidad se calcula, valorando los ingresos por ventas previstos y los costes (fijos y variables) previsionales a través de la información recogida en los estados financieros relacionados.

IC5.3 La rentabilidad de los proyectos de inversión (de inicio o desarrollo de actividad) se contrasta, conforme a criterios de selección de inversiones tales como el valor actual neto y la tasa interna de retorno, a fin de determinar qué proyectos se van a emprender.

IC5.4 Las medidas de ajuste del plan económico-financiero y de los presupuestos que lo configuran se deciden, a partir del análisis de los documentos económico-financieros y de los indicadores calculados.

IC5.5 La financiación del negocio se define, asignando las cantidades a cada tipo de financiación (externa, interna, micromecenazgo, entre otras), aplicando criterios de cultura financiera (costes, gastos, ahorro, entre otros).

IC5.6 La auditorías internas y externas se programan, comprobando la consecución de los objetivos económicos y financieros.

EC6 Elaborar el plan de negocio documentado integrando los elementos analizados y planificados, definiendo las acciones para su divulgación, presentación y tramitación ante terceros.

IC6.1 El plan de negocio se configura, a partir de los elementos analizados y planificados (la oportunidad de negocio identificada, la estrategia de marketing, la planificación de la organización de la actividad, el análisis económico-financiero, entre otros), sintetizando y redactando las decisiones por escrito en un documento formal que permita su presentación a terceros y el seguimiento programado de la planificación.

- IC6.2** Las presentaciones gráficas de apoyo a la presentación del plan de negocio se confeccionan, a partir de la información contenida en el plan.
- IC6.3** La red de relaciones con terceros se dispone, contactando con instituciones públicas o privadas, entidades financieras, asociaciones, cámaras de comercio, entre otros, recogiendo experiencias que favorezcan el empoderamiento emprendedor.
- IC6.4** Las acciones de presentación, difusión y comunicación del plan de negocio a terceros (organismos públicos, entidades financieras, cámaras de comercio, entre otros) se planifican, estableciendo plazos, procedimientos y concertando entrevistas para la puesta en marcha de la actividad.

Contexto profesional

Ámbito profesional

Sectores productivos

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Medios de producción

Equipos ofimáticos (terminales informáticos, portátiles, impresora, escáner, fax, fotocopidora, equipo de telefonía fija y móvil, entre otros). "Internet". Correo electrónico. Aplicaciones de gestión de calendario y agenda. Archivo en soporte papel y electrónico. Material de oficina. Prensa. Revistas especializadas. Informes técnicos especializados de consultoras, organizaciones/empresas del sector. Buscadores de información en línea. Cuestionarios de autoevaluación para personas emprendedoras. Aplicaciones ofimáticas generales: procesador de texto, hoja de cálculo, bases de datos, entre otras. Aplicaciones ofimáticas específicas para la elaboración de presupuestos, el cálculo de ratios y análisis de inversiones. Aplicaciones de gestión de relación con el cliente. "Software" de Cuadro de Mandos Integral u otros específicos de control de gestión.

Información utilizada o generada

Informe de autoevaluación de las personas emprendedoras. Análisis DAFO. Informes sobre el entorno, sector, competencia, proveedores y clientela. Informes estadísticos. Datos publicados del sector. Información obtenida de entidades financieras y organismos públicos. Normativa aplicable de protección de datos. Normativa de emprendedores, fiscal, laboral, contable, entre otras. Informes de organismos de apoyo a la gestión de creación de empresas. Listado de empresas de asesoramiento en la creación de empresas y externalización de servicios. Informes de viabilidad económico-financiera. Información sobre

formas jurídicas de empresas. Cuadros comparativos de formas jurídicas. Información de organismos públicos sobre los procedimientos a seguir en la puesta en marcha y modificación del negocio empresarial. Normativa aplicable mercantil. Puntos de Atención al Emprendedor (PAE) y el Centro de Información y Red de Creación de Empresas (CIRCE). Normativa sobre prevención de Riesgos Laborales. Normativa sobre protección al medio ambiente.